

RATING BASILEA 2?

A domanda
EURORATING risponde.
Tempo:
una sola settimana.

Devi calcolare il Rating della tua azienda secondo i criteri e i parametri di BASILEA 2?
Rivolgiti ad EURORATING!

EURORATING, forte di un'esperienza ultra-decennale e di uno storico di milioni di bilanci, è in grado di rispondere alla tua domanda in una sola settimana. Così alla tua azienda verrà subito assegnato **mioRating QUALI - QUANTITATIVO**, la valutazione della solvibilità e della capacità di credito della tua azienda sulla base di tutti i parametri stabiliti dall'accordo di BASILEA 2.

Per saperne di più, visita il sito www.italrating.com e naviga in Basilea 2.

euror@ting
Sistemi
di qualificazione aziendale.

FINANZA in breve

a cura di Giovanni Schiavocampo

Una strategia per gli zaini Invicta

Percorso di lettura suggerito:
www.largoconsumo.info/112008/PL-1108-002.pdf (Cartoleria, cancelleria, articoli per la scuola)

Seven, il gruppo leader degli zaini per la scuola e il tempo libero, titolare del marchio Invicta, ha incrementato del 5% il fatturato 2008 e addirittura del 40% l'ebitda rispetto al precedente esercizio, con la sola capogruppo che ha conseguito 55 milioni di giro di affari. Consolidamento che il 2009 dovrebbe confermare anche grazie ai forti investimenti in comunicazione stimati intorno al 6% del fatturato e all'accentramento delle attività commerciali e marketing nei nuovi uffici di Leinì inaugurati nel 2005 con 6.000 mq di uffici e 24.000 mq dedicati a piattaforma logistica per distribuire i prodotti sia in Italia sia all'estero.

Quest'ultimo passaggio in particolare rappresenta il completamento del processo di integrazione di Invicta nel quadro delle strategie del gruppo che peraltro prevedono un ulteriore passo sul piano organizzativo con la creazione delle due business unit house brand (i marchi di proprietà Seven e Invicta) e licensed brands, appunto per i marchi in licenza provenienti dai comparti sport & fashion (special brands) e entertainment (junior brand). Per i primi verranno messe a punto strutture di marketing e prodotto distinte per i mercati della scuola e per quello dello sport e lifestyle.

La Doria punta a crescere

Percorso di lettura suggerito:
www.largoconsumo.info/042008/PL-0408-003.pdf (Conservate vegetali)

La Doria ha un piano per i prossimi 3 anni. Articola un insieme di obiettivi strategici: anzitutto lo sviluppo delle private label per quanto riguarda pomodori e legumi e succhi di frutta, nel primo caso in particolare con la conquista di una posizione di primato nel mercato nazionale dei derivati, nel secondo con un consolidamento della leadership italiana nel campo dei marchi privati; inoltre il miglioramento della redditività e il contenimento del debito. Di qui i target previsti sul piano dei risultati economici di qui al

2011: una media annua di crescita del fatturato del 4,5%, del 9,8% dell'ebitda, dell'11% dell'ebit e del 28% dell'utile netto. Tutto ciò in un quadro di bilancio 2008 che si presenta particolarmente positivo: i ricavi sono stati consolidati a 448,3 milioni, il +10,3% sul 2007, l'ebitda è passato da 20,4 a 33,6 milioni (+64,7%), l'ebit da 8,6 a 20,9 milioni (+143%) e l'utile netto consolidato da 4,5 a 5,7 milioni di euro per un +26,7%.

Mezzacorona, un anno di utili

Percorso di lettura suggerito:
www.largoconsumo.info/112008/PL-1108-001.pdf (Vino)

Bilancio 2008 particolarmente positivo per le cantine **Mezzacorona**. L'azienda ha consolidato 139 milioni di euro di giro di affari per un +7% sull'anno precedente e una remunerazione complessiva ai soci di oltre 46 milioni di euro con cui si riconferma primo produttore vitivinicolo italiano. L'utile nello stesso periodo è passato da 1,9 a circa 9 milioni e da 70 a 80 milioni di euro il patrimonio netto consolidato di gruppo generando un cash flow superiore ai 17 milioni.

Mezzacorona gestisce un patrimonio di 2.600 ettari in Trentino Alto Adige e di quasi 1.000 ettari in Sicilia dove opera tramite la controllata **Nosio spa**: oltre 3.500 ettari in totale tutti coltivati con sistemi di produzione integrata in grado di valorizzare il territorio anche in funzione di attività collegate come anzitutto il turismo. Impiegando circa 400 dipendenti diretti, investe utili nell'attività per circa 20 milioni di euro.

Richard Ginori rilancia dalla Borsa

Percorso di lettura suggerito:
www.largoconsumo.info/072008/PL-0708-003.pdf (Casalinghi tavola e cucina)

Torna dopo 2 anni a Piazza Affari il titolo **Richard Ginori**, mettendo subito a segno un rialzo record del +66%. È il frutto della svolta impressa dalla nuova proprietà che ne sta rilanciando il marchio a livello mondiale con un piano impegnativo per i prossimi 3 anni. Si tratta in realtà, secondo il management, di tornare ai livelli pre-crisi, che tuttavia impongono una crescita media del giro d'affari del 25% in un

mercato delle porcellane che ha oggi tassi di sviluppo del 3% e inoltre di recuperare la posizione di leadership nella realtà nazionale che incide per il 70% sui ricavi a livello di gruppo.

Questo per arrivare quindi a espandersi nelle nuove aree geografiche emergenti, in particolare Medio Oriente, Sud-Est asiatico e Russia e con strategie di conquista di canali distributivi alternativi come gli outlet e i punti di vendita di arredamento di interni. Accanto agli sviluppi commerciali le strategie passano per un recupero di efficienza e di margini, ma anche tramite gli investimenti, 7,6 milioni di cui 5 per l'acquisto del terreno per il nuovo insediamento industriale da realizzarsi. ■

NOMINE

Giovanni Da Pozzo, rappresentante **Federacomfidi-Conffcommercio**, è il nuovo presidente di **Assoconfidi Italia**, l'associazione che riunisce le federazioni dei confidi operanti nei settori agricoltura, artigianato, commercio e industria, con circa 400 associati. Assoconfidi Italia, attraverso le stesse federazioni, rappresenta più di 1,2 milioni di imprese con un volume di finanziamenti garantiti di oltre 45 miliardi di euro alle piccole e medie imprese di tutti i comparti produttivi.

L'assemblea dei soci di **Euler Hermes Siac spa** ha nominato presidente del consiglio di amministrazione **Wilfried Verstraete**. Il neopresidente, di nazionalità belga, dal 2004 al 2006 ha maturato una solida esperienza nel ramo del credito. Dal 2007 è stato direttore finanziario di Allianz Global Corporate & Speciality. Attualmente è presidente del Directoire del gruppo Euler Hermes.

SITI WEB

È on-line www.unicard.it il nuovo sito Internet di Unicard, la carta di credito di Ugf (Unipol gruppo finanziario), realizzato da Mwr Ww Italia, la società digital, Crm e Emerging Media guidata da Michele Sternai. Si completa così il restyling dei siti Internet di Ugf Assicurazioni, ovvero l'area di Unipol dedicata alle assicurazioni, che comprende Unipol Assicurazioni e Aurora assicurazioni, e di Ugf Banca, con le appendici merchant e leasing. Mwm ha portato a termine un'importante attività di branding per il rilancio dell'immagine digitale di Ugf.